

OBSAH

Předmluva	7
1 Marketing jako metoda řízení	11
2 Zavádění nových výrobků na trh	39
3 Cenová tvorba	71
4 Odbytové cesty	111
5 Řízení prodejní činnosti	143
6 Propagační činnost	175
7 Odbytové náklady	225
8 Předvídaní	262
9 Operační a elektronické zpracování dat v marketingu	289
10 Funkce psychologie chování	324
11 Teorie marketingu	360
12 Organizace	392
Rejstřík	420